



„Erfolgsmodell Sparkasse – auf vielen Wegen nah beim Kunden“
Rede Peter Schneider MdL, Präsident des Sparkassenverbandes Baden-Württemberg,
beim 23. Handelsforums In Ludwigsburg am 24. April 2012

- Es gilt das gesprochene Wort! -

Sehr geehrter Herr Präsident Lenk, sehr geehrte Damen und Herren Oberbürgermeister, Bürgermeister und Gemeinderäte, sehr geehrte Teilnehmerinnen und Teilnehmer sowie Referenten, auch ich darf Sie im Namen der Sparkassen-Finanzgruppe Baden-Württemberg auf das Herzlichste zum Handelsforum 2012 begrüßen.

Zum zweiten Mal sind wir mit dem Handelsforum in der geschichtsträchtigen Barockstadt Ludwigsburg zu Gast. Insgesamt ist es bereits die 23. Auflage des Handelsforums, das wir in Baden-Württemberg gemeinsam mit dem Einzelhandelsverband veranstalten.

Ich möchte mich bei Ihnen, Herr Lenk, und allen Damen und Herren des Einzelhandelsverbandes Baden-Württemberg für diese langjährige und gute Zusammenarbeit bedanken. Zumal genau diese Kontinuität und enge Zusammenarbeit und das daraus erwachsende Vertrauen entscheidende Grundlagen für den Erfolg sind; für den Erfolg des Handelsforums wie auch allgemein für den unternehmerischen Erfolg.

Das gilt, meine sehr geehrten Damen und Herren, m. E. auch unverändert im digitalen Zeitalter.

Unter dem Motto *„Der Multi-Kanal-Kunde. Stationärer und medialer Einzelhandel – Umsätze heute und morgen steigern.“* wollen wir uns auf dem heutigen Handelsforum mit den Erfolgsfaktoren im Vertrieb im Internetzeitalter auseinandersetzen.

Die technischen Möglichkeiten im Vertrieb haben sich in den letzten 10 bis 15 Jahren rasant gewandelt und erweitert, ja geradezu revolutioniert – mit Internet, mobiler Kommunikation und sozialen Medien. Aber auch der Kunde hat sich dabei radikal verändert. Das wissen Sie und erfahren Sie als Einzelhändler tagtäglich wie auch unsere Sparkassen. Wir haben es heute vielfach mit noch emanzipierteren und weit besser informierten Kunden zu tun als noch vor wenigen Jahren.

Vor einer Kontoeröffnung etwa recherchieren und vergleichen mittlerweile vier von fünf Bankkunden online im Internet. Die Kunden haben dadurch meist konkrete Vorstellungen, Wünsche und Erwartungen. Diese müssen wir als Anbieter erfüllen, um in die engere Wahl zu kommen bzw. um überhaupt von ihnen ausgewählt zu werden.

Wir als Anbieter befinden uns somit nicht in der komfortablen Lage, uns die Kunden einfach aussuchen zu können. Das gilt vor allem, wenn man Marktführer ist. Es sind die Kunden, die auswählen, die die Entscheidung treffen. Und diese im Zweifel jeden Tag neu und anders, weil sie sich auch immer weniger gebunden fühlen. Im Einzelhandel wie in der Kreditwirtschaft spüren wir, dass die Kunden deutlich wechselbereiter geworden sind. Zumal für sie die Alternative oft nur ein paar Mausklicks weit entfernt ist.

Das liegt aber nicht nur an den neuen technischen Möglichkeiten. Auch das Angebot ist gewachsen, vielfältiger geworden. Teilweise dabei so groß und unübersichtlich, dass man sich als Kunde im Angebotsdschungel nicht mehr zu Recht findet.

Das ist mit ein Ergebnis neuer Wettbewerber, Filialisten, Internetanbieter, die mit aller Macht um die Gunst des Kunden kämpfen, zum Teil mit vermeintlichen Schnäppchen und kostenlosen Angeboten. Diese Entwicklung finden wir ebenfalls in der Kreditwirtschaft, in der die Sparkassen als Marktführer naturgemäß die Gejagten und nicht die Jäger sind.

So verzerren infolge der Finanzkrise mittlerweile staatlich gedopte Banken massiv den Wettbewerb mit völlig aus dem Markt liegenden Konditionen. Z. B.

- die britische Royal Bank of Scotland. In Großbritannien wurde sie mit 50 Mrd. € vom Staat rekapitalisiert und mit fast 300 Mrd. € Garantien abgesichert. Sie wildert bei uns in Deutschland mit Tagesgeldzinsen von 2,6% und 50 Euro Startguthaben. Und von der Stiftung Warentest gibt es darauf noch den Stempel „Dauerhaft gut“ für dieses vom Staat und Steuerzahler subventionierte Angebot.
- die Commerzbank. Sie erhielt 2008/2009 1,8 Mrd. € frisches Eigenkapital und 16,4 Mrd. € stille Einlagen vom Soffin – und das fast kostenlos: Sie hat bislang keinen Cent der vereinbarten Zinsen auf die stillen Einlagen bezahlt. Dafür bietet sie ein kostenloses Girokonto inkl. Kreditkarte sowie 50 € Startguthaben an.

Im Grunde ist es ein Skandal, wie hier mit Geld des Steuerzahlers gesunde und in der Krise stabil gebliebene Kreditinstitute wie die Sparkassen im Wettbewerb benachteiligt werden. Ich erinnere: Vor wenigen Jahren wurde uns öffentlich-rechtlichen Kreditinstituten von genau diesen staatlichen Kostengängern heute im Privatbankenlager noch vorgeworfen, wir würden mit Anstaltslast / Gewährträgerhaftung den Wettbewerb verzerren.

Dieser Wettbewerb ist nicht vergleichbar mit den Rosinenpickern wie den Internetbanken, die schon seit Jahren versuchen, den Sparkassen mit wenigen standardisierten, kostenoptimierten Produkten, v. a. bei der Geldanlage, Kunden wegzuschnappen. Sie setzen dabei auf vermeintliche Spitzenkonditionen ohne Beratung, wollen aber dafür bspw. vom Mittelstandsgeschäft, das beratungsintensiv, risikoreicher, margenschwächer ist, nichts wissen.

Im Wettbewerb in der Kreditwirtschaft sind die Sparkassen, wie Sie im Handel, dabei mit stagnierenden Kundenpotenzialen konfrontiert. Sie im Einzelhandel haben insbesondere die langjährige Kaufzurückhaltung in Deutschland deutlich gespürt. Auch wenn zur Freude und Überraschung vieler sich der private Konsum in Deutschland jetzt zu einem Wachstumstreiber entwickelte und 2011 um 1,5% zulegte, wird jedoch auf lange Sicht allein schon die demografische Entwicklung zunehmend zu einer Bremse.

Sie als Einzelhändler und wir als Sparkassen stehen damit ebenfalls vor der anspruchsvollen Aufgabe, in Zukunft mit den neuen technischen Möglichkeiten im Vertrieb bei einem veränderten Kundenverhalten, verstärktem Wettbewerb und begrenzten Marktpotenzialen unsere Kunden halten und neue hinzu gewinnen zu können.

Wie begegnen die Sparkassen dieser Herausforderung? Die Sparkassen haben wie Sie eine dezentrale Struktur. Diese dezentrale Struktur halte ich jedoch nicht für einen Nachteil, sondern für einen entscheidenden Vorteil der Sparkassen im Markt und Wettbewerb. Denn ich glaube, wer langfristig erfolgreich sein will, benötigt das Vertrauen der Kunden. Und dieses Vertrauen schafft man nach wie vor nur durch Nähe zum Kunden.

Und zwar durch eine echte, reale Nähe zum Kunden, d.h. eine Präsenz vor Ort; nicht durch die vermeintliche Nähe in der virtuellen Welt des Internets. Eine echte Kundennähe mit Präsenz vor Ort leben die Sparkassen dabei nicht erst seit heute oder gestern, sondern schon immer. Sie ist Teil ihres Selbstverständnisses. Und sie ist Grundlage des über 200 Jahre gewachsenen Erfolgsmodells von Sparkassen als kommunal gebundene, regional vor Ort fest verankerte Kreditinstitute, die mit ihrem öffentlichen Auftrag eine gemeinwohlorientierte Geschäftspolitik verfolgen. Für Sparkassen ist Nähe eben kein Zufall, sondern Absicht.

Allein in Baden-Württemberg unterhalten die 53 Sparkassen mit rd. 2.500 Geschäftsstellen ungefähr so viele Filialen wie die Großbanken bundesweit – wenn man einmal die Postbank mit ihrer historisch bedingten Filialdichte ausklammert. Flächendeckend in Baden-Württemberg bieten dort unsere Sparkassen mit knapp 36 Tausend Beschäftigten ihren Kunden einen umfassenden Service, eine ausführliche Beratung, ein umfangreiches an den Bedürfnissen der Kunden ausgerichtetes Finanzdienstleistungsangebot mit verständlichen Produkten. Kundennähe bedeutet bei uns Sparkassen damit immer auch Qualität zu fairen Preisen.

Ebenso heißt für uns Sparkassen Kundennähe aber auch, sich gesellschaftlich vor Ort einzubringen. Mit weit über 50 Mio. Euro im Jahr unterstützen die Sparkassen in Baden-Württemberg das gesellschaftliche Leben in seiner gesamten Bandbreite vor Ort in ihrem Geschäftsgebiet: Von Sport über Kultur, Kunst, Umwelt, bis hin zu sozialen Projekten.

Diese gelebte, sichtbare Kundennähe der Sparkassen steht dabei weder im Widerspruch zum Multikanalvertrieb der Sparkassen, den sie seit über 10 Jahren (2001) erfolgreich umsetzen. Noch zur Entwicklung, dass ein wachsender Anteil unserer Kunden sich heute ganz selbstverständlich in den vielfältigen Informations-, Kommunikations- und Abschlussmöglichkeiten dieses Multikanalangebots der Sparkassen bewegt. Sie besuchen die Filiale, nutzen das Internet, nehmen das Mobile-Banking, die SB-Geräte oder das Telefonbanking unserer Sparkassen in Anspruch. So wie es der Kunde gerade wünscht, sind wir Sparkassen rund um die Uhr auf vielen Wegen erreichbar.

Insgesamt nutzen inzwischen rd. ein Drittel der Sparkassen-Kunden das Onlinebanking. Meist zur Information und für einfache standardisierte Geldanlagen (z. B. Termingeld) sowie für Zahlungsverkehr und Wertpapiergeschäfte. Aber – das ist der entscheidende Punkt – nur 3% unserer Kunden nutzen ausschließlich das Internet. Die große Mehrheit unserer Kunden legt weiterhin großen Wert auf die Filiale. Zwei Drittel nutzen sogar ausschließlich die Filiale.

Die Geschäftsstelle punktet dabei nicht nur mit ihren Geldautomaten, die kostenloses Geld abheben bei Sparkassen überall in Deutschland möglich macht. Sondern vor allem auch bei

komplexen und beratungsintensiven Themen wie langfristigen Geldanlagen, Altersvorsorge, Baufinanzierung – Themen, bei denen es um Vertrauen in die Qualität und Seriosität des Anbieters geht. Und nicht allein um den günstigsten Preis.

Mit der flächendeckenden Filialpräsenz im Rahmen unseres Multikanalvertriebs schaffen die Sparkassen das erforderliche Vertrauen und bieten unseren Kunden dadurch einen echten Mehrwert. Ebenso wie mit unserer gemeinwohlorientierten Geschäftspolitik, die Ersparnisse in Kredite für Investitionen vor Ort transferiert.

Die Finanzkrise hat beides, Geschäftspolitik und reale Kundennähe unserer Sparkassen, eindrucksvoll bestätigt. Unseren Sparkassen haben die Menschen in der Krise vertraut, weil sie vor Ort präsent sind, weil sie mit unseren Beratern in den Filialen ein Gesicht haben, weil die Menschen uns und unser gemeinwohlorientiertes Geschäftsmodell dadurch kennen und weil man daher genau weiß, dass die Ersparnisse bei den Sparkassen zu 100% sicher sind.

Die Sparkassen in Baden-Württemberg haben seit Ausbruch der Krise im Jahr 2007 fast 15 Mrd. Euro an Kundeneinlagen hinzu gewonnen! Nicht die Internetbanken, Auslandsbanken oder sonstige Rosinenpicker waren die Erfolgreichen, sondern die Sparkassen!

Heute sind knapp die Hälfte der privaten Spareinlagen in Baden-Württemberg bei Sparkassen und der Landesbank Baden-Württemberg bzw. der Baden-Württembergischen Bank angelegt. Dieser Erfolg im Einlagengeschäft war neben der guten Eigenkapital-Ausstattung ein Grundpfeiler für das stabile Kreditgeschäft der Sparkassen im letzten und tiefsten Abschwung in Deutschland, wie auch im anschließenden fulminanten Aufschwung.

Die Sparkassen sicherten dadurch die Kreditversorgung für unsere mittelständischen Unternehmen, darunter auch viele von Ihnen aus dem Einzelhandel. Es kam bei uns zu keiner Kreditklemme wie in anderen Ländern Europas. Während von 2008 bis 2010 die baden-württembergischen Sparkassen ihre Unternehmenskredite um fast +5% auf 46 Mrd. Euro steigerten, führten Groß- und Auslandsbanken bundesweit ihre Kredite radikal um -8 bzw. -20% zurück. 2011 haben die baden-württembergischen Sparkassen ihre Kreditvergabe an die Wirtschaft um weitere + 2,7% gegenüber dem Vorjahr auf jetzt 47 Mrd. Euro ausgedehnt. Mit 5,5 Mrd. Euro entfallen dabei fast ein Achtel auf Kredite an den Handel.

Das unterstreicht, dass wir für Sie im Handel ein verlässlicher kreditwirtschaftlicher Partner sind und bleiben – ebenso wie für unsere heimische Wirtschaft insgesamt, für die unsere Sparkassen mit weitem Abstand der stärkste Finanzierer sind. Deutlich mehr als jeder zweite Euro Unternehmenskredit kommt in Baden-Württemberg inzwischen von Sparkassen und der Landesbank Baden-Württemberg bzw. der Baden-Württembergischen Bank.

Die Sparkassen sind damit der erfolgreiche Gegenentwurf zu seelenlosen und anonymen Internetbanken und rein renditegetriebenen, abgehobenen Investmentbanken. Die Sparkassen wollen weiter auf vielen Wegen nah am Kunden bleiben und Verantwortung übernehmen für ihre Kunden und für unsere mittelständische Wirtschaft, die auf eine verlässliche und ausreichende Kreditversorgung, wie sie starke Sparkassen garantieren, angewiesen ist.

Daher sehe ich die derzeit auf uns in der Kreditwirtschaft zurollende Regulierungswelle in Teilen sehr kritisch. Es steht außer Frage und ist absolut richtig, den Verursachern der Finanzkrise – vor allem den sogenannten Global Playern – erheblich engere Fesseln anzulegen.

Nur muss man bei allem, was Brüssel und internationale Gremien so alles zur Krisenbekämpfung aushecken, unheimlich aufpassen, dass dabei nicht die Falschen getroffen werden.

Es kann nicht sein, dass die Sparkassen mit der Bankenabgabe, der Reform der Einlagensicherung, der Finanztransaktionssteuer, dem Verbraucherschutz, Basel III usw. in eine Art regulatorische Sippenhaft genommen werden, obwohl sie die Krise nicht verursacht haben, sondern, im Gegenteil, stabilisierend waren.

Nehmen Sie den in Teilen weit überzogenen Verbraucherschutz. Jeder hat da so seine eigenen Erfahrungen mit Beratungsprotokoll und Co. Gemacht. Gehen Sie mal an den Schalter und wollen Aktien oder Bundesschatzbriefe kaufen. Da kommen Sie sich wie eine Entmündigter vor.

Auch wenn das alles beim Verbraucherschutz gut gemeint sein soll. Es ist völlig kontraproduktiv. Es nutzt weder den Verbrauchern noch unseren Sparkassen auf der Anbieterseite. Vielmehr gängelt und überhäuft er uns vielfach nur mit unnötiger Bürokratie. Wir werfen hier unnütz richtig viel Geld zum Fenster hinaus. Und treiben – das ist das Paradoxe – die Bankkunden in weit weniger reglementierte Bereiche ohne Beratung. Wer wie die Sparkassen auf Qualität, Beratung und Kundennähe setzt, wird also noch benachteiligt.

Damit erreichen wir genau das Gegenteil dessen, was ein effektiver Verbraucherschutz bewirken soll. Wir sind daher beim Verbraucherschutz mit einem Runden Tisch bei der Landesregierung weiter aktiv.

Was uns derzeit allerdings mit Abstand die größte Sorge bereitet, ist aus deutscher und baden-württembergischer sowie mittelständischer Sicht das neue zentrale Regulierungsvorhaben Basel III.

Sollte Basel III 2013 so kommen wie es Brüssel derzeit umsetzen will, so werden Kredite für Unternehmen deutlich teurer und Kreditvergabespielräume erheblich eingeschränkt. Die Baseler Regelungen verlangen von Kreditinstituten grundsätzlich, dass sie für ihre Kreditvergabe über eine bestimmte Höhe an Eigenkapital verfügen müssen. Das gilt schon heute unter Basel II. Laut Basel III soll man aber künftig mit 1 Mio. Euro Eigenkapital nur noch 9,5 Mio. anstatt 12,5 Mio. Euro Kredit vergeben dürfen. Das ist rd. ein Viertel weniger als bisher.

Von dieser pauschalen Erhöhung der Mindesteigenkapitalanforderungen ist auch das Mittelstandskreditgeschäft betroffen. Und damit das Kreditgeschäft mit Ihnen aus dem Einzelhandel.

Hinzu kommen noch eine ganze Reihe weiterer Grausamkeiten, bis hin zu einer neuen europäischen Bankenaufsicht, die uns mit neuen Vorschriften und willkürlichen Vorgaben überzieht. Darin liegt eine enorme Gefährdung der Kreditversorgung und der mittelständischen Wirtschaftsstrukturen auch bei uns in Deutschland.

Rechnet man alle Grausamkeiten von Basel III zusammen, so bricht im schlimmsten Fall der komplette Spielraum der baden-württembergischen Sparkassen für eine weitere Kreditvergabe von heute auf morgen weg. Mit anderen Worten: Um neue Kredite zu vergeben, müssten Sparkassen erst warten, bis ein anderer Kredit zurückgezahlt wäre.

In dieser Form würde Basel III bei uns eine regulatorische Kreditklemme auslösen, die einem Todesurteil für unsere mittelständische Wirtschaft und ihre bislang gesicherte Kreditfinanzierung durch Sparkassen aber auch Genossenschaftsbanken gleich käme. Deshalb wehren wir uns, zusammen mit Genossenschaftsbanken und der mittelständischen Wirtschaft in Baden-Württemberg (IHKs/Handwerkskammern) massiv gegen Basel III in der derzeit geplanten Form.

Wir fordern eine Anpassung an die Belange unserer mittelständischen Wirtschaft und der sie hauptsächlich finanzierenden Sparkassen und Genossenschaftsbanken. Das wird von der Politik in Baden-Württemberg auch uneingeschränkt mitgetragen.

Allerdings muss für einen Erfolg hier die deutsche Politik in Europa noch klarer herausstellen: Wer in Europa auf die Stärke Deutschlands baut, darf nicht einfach die Umstände zerstören, die uns in Deutschland so stark machen, nämlich unsere mittelständische Wirtschaft. Wer daher Basel III so umsetzt wie jetzt geplant, schwächt nicht nur Deutschland. Er schwächt auch Europa.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, wir in Deutschland und in Baden-Württemberg sind bislang gut durch die Krise gekommen. Wir haben den tiefsten Konjunkturabsturz hinter uns gelassen. Im Gegensatz zu vielen anderen Ländern wächst unsere Wirtschaft auch 2012 und 2013 weiter – laut Frühjahrgutachten der Wirtschaftsforschungsinstitute von letzter Woche um 0,9% bzw. 2%. Beschäftigung und Einkommen steigen ebenfalls weiter.

Die Binnenkonjunktur ist intakt und zum wichtigen Standbein für unsere konjunkturelle Entwicklung geworden. Das darf uns zuversichtlich stimmen. Auch gerade im Einzelhandel, der davon profitiert. Das Konsumklima ist stabil auf einem erfreulichen Niveau. Trotz gestiegener Energiepreise.

Politisch entscheidend wird sein, dass wir in Deutschland und Baden-Württemberg weiter Kurs halten – mit einer mittelfreundlichen Wirtschaftspolitik. Und dass wir alles dafür tun, das Rückgrat unserer Wirtschaft zu stärken und nicht zu schwächen.

Auf Unternehmensebene – Sie im Handel und wir Sparkassen in der Kreditwirtschaft – müssen nah am Kunden bleiben, um im Wettbewerb Erfolg zu haben. Schließlich muss der Wurm dem Fisch und nicht dem Angler schmecken.

Wir Sparkassen werden auf vielen Wegen nah beim Kunden bleiben: Real vor Ort mit unseren Filialen als dem unumstößlichen Eckpfeiler in der Kundenbeziehung, wie auch virtuell über Internet, Smartphone usw. Wir Sparkassen werden dabei für unsere Kunden das bleiben, was wir seit über 200 Jahren sind: ein verlässlicher und fairer Finanzpartner für Sie im Handel und im Mittelstand wie auch für alle Bevölkerungskreise, dem Sie uneingeschränkt vertrauen können.

Vielen Dank!